

## HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO NA AMAZÔNIA: por entre construções e reconstruções

*"[...] tudo que os homens fazem,  
sabem ou experimentam só tem  
sentido na medida em que  
pode ser discutido".*

(Hannah Arendt, **Da condição Humana**)

Várias iniciativas têm buscado vencer as enormes distâncias e retirar as universidades nortistas do encapsulamento em que muitas vezes se encontram. É sabido que o trânsito difícil entre os estados e o número escasso de doutores na região tornam as iniciativas conjuntas um esforço hercúleo. Estas iniciativas de intercâmbio e diálogo têm se dado mais na forma de "trabalho de formiguinha", com várias e crescentes ações individuais. Este dossiê é uma destas ações. Com ele pretende-se, junto aos esforços da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR), abrir espaço para a condução mais integrada de pesquisas cuja proposta principal é a investigação da Amazônia, sua Mídia e sua História. A persistência da Revista Observatório permitiu a construção desse conjunto de estudos sobre a temática *história da*

*mídia*. Embora seja uma revista voltada para o intercâmbio entre comunicação, jornalismo e educação, houve espaço e demanda para o mapeamento da produção midiática na longa região pensada como Amazônia. A edição se escora na questão definidora de como os homens amazônicos utilizaram a mídia para dar um sentido para a Amazônia. Ou, ainda, como pensaram a si mesmos e como buscaram cristalizar essa identidade através do uso das crescentes tecnologias de mídia disponíveis?

Os estudos sobre a Amazônia e a Mídia ainda estão encapsulados em estados e cidades específicas ou em mídias ou formatos discursivos recortados. Salvo trabalhos que constituem vastas compilações sobre discursos de viajantes ou sínteses apressadas de brasilianistas, não resultam do diálogo de pesquisadores no Norte do país, muito menos encaram a presença de amazônias esquecidas, igualmente importantes para a constituição de uma identidade cultural amazônica. Nesse contexto, torna-se necessário promover diálogos mais extensos envolvendo centro, periferias e outros lugares da bacia hidrográfica igualmente importantes para a composição de uma identidade amazônica. A cultura impressa estabelecida entre os séculos XIX e XX reflete o desejo do homem amazônico de figurar no panorama político brasileiro, garantir uma identidade própria, fixar uma memória relativa à importância da sua terra e gente, da mesma forma como acontecerá com a inclusão de uma produção radiofônica e cinematográfica local.

Este dossiê envolve sete textos que caminham nessa direção. O texto de Geraldo Mártires Coelho, **BELÉM E A BELLE ÉPOQUE DA BORRACHA**, demonstra como a *belle époque* amazônica, que atingiu sobretudo Belém e Manaus durante o período de maior produção de borracha, catalisou a construção de novos hábitos considerados elitizados. Foi no centro destas

transformações que podem ser compreendidas a extensão das sociabilidades artísticas e literárias e os hábitos de leitura de jornais, além da demonstração externa de cosmopolitismo e boas maneiras. Sem dúvida nenhuma, portanto, o ciclo da borracha mediatizou as cidades da Amazônia, mesmo as menores, intensificando o fluxo de ideias e jornais.

No seu texto, **POLÍTICOS E IMIGRANTES: os primeiros anos da imprensa em Vilhena-Rondônia (1975-1950)**, Sandro Colferai e Nicola Nicolielo adotam um recorte mais específico em torno da cidade de Vilhena. A construção de hábitos mediatizados no local derivou, segundo o autor, da intensa migração para a região Norte no contexto da ocupação dos governos militares. Como no caso da *belle époque*, o afluxo de estrangeiros trouxe hábitos urbanos mais diversificados e intensificou o trânsito de informações dos quais a parte mais visível eram os jornais. Segundo Colferai, o interesse de apresentar os jornais identificava-se também com a construção de propostas políticas conflitantes, característica da imprensa em cidades pequenas da Amazônia, geralmente em torno da disputa pela posse do aparelho político da prefeitura.

No terceiro texto, **CINEMA NO AMAZONAS: o imaginário colonizado navegando numa sociologia de ausências e emergências**, Wilson de Souza Nogueira e Rafael de Figueiredo Lopes debruçam-se sobre o cinema, desde o seu período experimental, no início do século XX, até a contemporaneidade. Ainda que, no início do século, as sociabilidades das elites ainda fossem firmemente estruturadas pelo discurso dos jornais e não sofreram uma mudança ostensiva com as primeiras projeções de cinema, ainda pouco substantivos no início do século e restritas a "cinematographos" itinerantes que, ao longo da década de 1910, deram lugar a várias salas de cinema em Belém e

Manaus. A produção cinematográfica amazônica vai se iniciar com a Fontenelle & Cia, em 1907, que se converte na maior proprietária de salas de cinema em Manaus em 1912. Em Belém, trata-se do Cine Olimpia, o mais antigo em funcionamento do Brasil. Nesse período há também registros de projeções cinematográficas em cidades do interior. Um dos elementos de destaque são as produções de Silvino Santos, encarregado por J. C. Arana, barão da borracha e acionista da Peruvian Amazon Rubber Company, de “melhorar” a sua imagem pública através das películas de cinema, o que acabou treinando o fotógrafo para a realização de “Paiz das Amazonas”, em 1922. O objetivo dos autores, neste texto, é enfatizar as produções locais contemporâneas com base num breve histórico, abordando políticas públicas, estéticas e ideologias. Os autores concluem que o “cinema amazonense é um segmento que se mantém praticamente imperceptível ou ignorado, pois além de estar apartado do sistema industrial de produção, distribuição e exibição, ainda não conquistou o reconhecimento do público regional.”

O quarto texto, **IMAGEM E IMPRENSA NA AMAZÔNIA: a configuração da fotografia no jornal Estado do Pará**, de Netília Silva dos Anjos Seixas e Thaís Christina Coelho Siqueira, se propôs a contribuir para o entendimento da trajetória da fotografia nos jornais do Pará, a partir de um dos seus principais impressos, o *Estado do Pará*, publicado de 1911 a 1980, em Belém. Classificado pelas autoras como exploratório e iniciando uma análise iconográfica e iconológica, o estudo traz observação das edições de 1912, 1920, 1960 e 1980 que estavam disponíveis em acervo no momento da pesquisa. Seixas e Siqueira notaram que o jornal iniciou sua edição com apresentação gráfica inovadora, trazendo fotografias apenas oito anos depois da primeira publicação feita pelo *Jornal do Commercio*, no Rio de Janeiro. No início do século XX, o jornal

publicava fotografias de cunho político, além de imagens com temáticas de polícia, esporte, denúncia dos problemas sociais, violência, entre outros assuntos, evidenciando a valorização, cada vez maior, do fotojornalismo em suas páginas.

O texto de Francielle Maria Modesto Mendes e Gilberto Mendes da Silveira Lobo, **JORNAL COMÉRCIO DO AMAZONAS E A CONSTRUÇÃO DO ACONTECIMENTO: as representações sobre o governo da Bolívia**, intenta demonstrar, similarmente ao estudo de Imperatriz e de Vilhena, contudo com outro enfoque teórico, a partir da investigação do jornal *Comércio do Amazonas*, de 1899, a construção de estratégias discursivas voltadas para a consolidação de interesses de grupos de poder. Segundo as autoras, representações negativas de agentes do Governo da Bolívia na mídia amazonense tinham um objetivo político estratégico de manter a presença simbólica brasileira na região. Assim, a notícia, compreendida como uma narrativa sobre o acontecimento, se transforma ela mesma num acontecimento midiático instituidor de sentidos.

O estudo de Célia Amorim, **DITADURA MILITAR (1964-1985): o movimento estudantil e a comunicação alternativa na Amazônia Paraense**, se debruça, ao contrário dos textos anteriores do Dossiê sobre a luta política em cima da pirâmide, na construção de uma imprensa alternativa como canal de mobilização de grupos subordinados. A imprensa alternativa entre os anos de 1964 e 1985 constituiu um canal importante de comunicação por onde, como lembram as autoras, "circularam informações estratégicas de mobilizações e ações da categoria contrárias à nova ordem instituída". Para estudar esses canais alternativos, as autoras se voltaram sobre dois jornais produzidos por universitários da UFPA, *O Papagaio* (1967) e *Nanico* (1979), que

constituíram canais de denúncia sobre as perseguições sofridas por estudantes considerados subversivos. Ademais, os jornais se tornaram instrumentos de divulgação de práticas pedagógicas marxistas, alicerçadas na crítica freireana à concepção bancária de educação.

Por fim, no dossiê temático, o artigo de Yuji Gushiken e Protásio de Moraes Barbosa Júnior, **PENSAMENTO COMUNICACIONAL NA ORQUESTRA DO ESTADO DE MATO GROSSO E O CAMPO DA MÚSICA DE CONCERTO EM CUIABÁ**, a partir de uma perspectiva de “comunicação como cultura”, se debruça sobre a Orquestra do Estado de Mato Grosso em Cuiabá para identificar a relação entre pensamento comunicacional e a formação da música de concerto como campo artístico-cultural. A partir do recorte que data da criação da OEMT em 2005 até 2015, o texto investiga as estratégias de comunicação organizacional desenvolvidas pela orquestra e o redimensionamento de suas relações com seus diversos públicos. Trata-se, portanto, de mais uma via aberta para os estudiosos da mídia e história, aquela que tange à música de câmara e suas estratégias de comunicação junto ao público.

Na seção de **ARTIGOS LIVRES**, iniciamos com o artigo **LONGOS SILÊNCIOS E BREVES RESPOSTAS: veículos jornalísticos frente aos erros apontados por seus públicos no Facebook**, de Rogério Christofolletti e Thiago Caminada. Os autores avaliam 60 dias de interação entre públicos e veículos jornalísticos, tomando como base o apontamento e detecção de erros pelos leitores. O trabalho foi realizado nas fanpages dos quatro maiores jornais catarinenses: A Notícia, Diário Catarinense, Notícias de Dia e Jornal de Santa Catarina. No período, foram veiculados 4892 notícias, das quais se identificou

233 participações nos comentários sobre erros, com 132 erros diferentes em 116 notícias.

Em **PUBLICIDADE, ENUNCIÇÃO E REALIDADE AUMENTADA: desdobramentos da categoria de pessoa na era digital**, de Sandro Tôres de Azevedo, se reflete sobre uma ação publicitária que se utilizou da tecnologia de realidade aumentada, desenvolvida para a marca *Linx*. *O autor utiliza a semiótica discursiva, especificamente sobre a questão da enunciação e a instalação da categoria de pessoa, articulando-os com conceitos afeitos à Comunicação Social, em especial a perspectivas utilizadas para compreensão dos fenômenos da cibercultura. O foco do autor foi identificar peculiaridades nas interações mediadas por dispositivos de realidade aumentada, considerando esse tipo de atividade comunicativa como aspecto absolutamente novo para os estudos do discurso publicitário.*

Já em **O ACIONAMENTO DE IDENTIDADES COMPARTILHADAS NA FRONTEIRA URUGUAIO-BRASILEIRA A PARTIR DA CONSTRUÇÃO DO URUGUAI COMO PROPOSTA DE CONSUMO**, Roberta Brandalise discute a participação do jornalismo brasileiro na articulação de representações sociais e de identidades culturais na fronteira Brasil-Uruguai, a partir das apropriações e usos que brasileiros e uruguaios fronteiriços fizeram de narrativas noticiosas sobre o Uruguai e que eles consideraram relevantes em seu cotidiano. A autora utiliza as narrativas noticiosas para indicar que essas colaboraram para reforçar a identificação entre uruguaios e brasileiros com respeito ao pertencimento regional e ao estilo de vida.

No artigo **AS NARRATIVAS MITOMIDIATIZADAS PROPAGANDEADAS SOBRE A AMAZÔNIA PELA publicidade**, Luiz Cezar Silva dos Santos reflete sobre o uso de lendas e mitos nas narrativas publicitárias como forma de

“vender” ideias e produtos. O autor discute a mitomiadização pela atividade publicitária do potencial mercadológico que o imaginário amazônico exerce sobre diversos públicos-alvo com relação às lendas, os mitos e as “histórias” contadas sobre a região amazônica.

No artigo **Hibridização e o Jornalismo Camaleônico**, Adriana Schryver Kurtz aborda a crescente hibridização entre o Jornalismo e demais formatos midiáticos como resultado natural de um processo que já está na própria raiz da comunicação enquanto atividade histórica. A lógica interna e as potencialidades estéticas e discursivas do fenômeno são analisadas a partir das convergências entre jornalismo e cinema.

Em **Webdiáspora: Migrações, TICs e memória coletiva**, Mohammed ElHajji e Camila Escudero apresentam a webdiáspora, enquanto espaço de reordenamento de experiências e práticas sociais e subjetivas dos imigrantes e comunidades diaspóricas, contribuindo na produção de marcas e rastros existenciais individuais e coletivos no plano subjetivo e simbólico. Para isso utilizam as noções de ‘memória coletiva’ de Halbwachs, de ‘espaço nostálgico’ de Abdelmalek Sayad e de ‘transnacionalismo’ explorada por diversos autores.

Já em **#VOCÊNACAPA: moda e representação feminina na edição comemorativa da revista Elle Brasil**, Fernanda Martinelli analisa a representação feminina relacionada a estéticas contra-hegemônicas na edição comemorativa da revista ELLE Brasil publicada em maio de 2015. O objetivo é pensar de que forma a diversidade está conquistando espaço na indústria da moda e nos meios de comunicação que a representam. A autora discute o significado desse conteúdo, que se distingue do padrão de beleza normativo da mulher branca, loira, ocidental e extremamente magra, considerando a forma



concreta que o significado simbólico dessas representações assumem na revista.

No artigo **A PARTICIPAÇÃO NA COMUNICAÇÃO PÚBLICA: para além do consenso**, Heloiza Helena Matos e Nobre e Jorge Pereira Filho discutem o conceito de participação, tecendo algumas relações possíveis entre essa reflexão e o conceito de comunicação pública. Os autores destacam que o fundamento da comunicação assenta-se em procedimentos, que precisam estar abertos à *participação ativa* da sociedade, e em *objetivos*, que têm o *interesse público* como pano de fundo.

Em **MINHA LUTA NO BRASIL: Editora Globo, 1934-1942**, Eliane Hatherly Paz discute a história editorial do livro *Mein Kampf*, de Adolf Hitler, no Brasil. A autora investiga a produção, a circulação e a recepção do lançamento de *Minha Luta* – como seu título foi traduzido para o português – no país, em setembro de 1934, pela Editora Globo de Porto Alegre. Até agosto de 1942, quando a obra foi proibida pelo presidente Getúlio Vargas, foram impressas sete edições. Trata-se de um trabalho de recomposição histórica.

No artigo **COMO CARREGAR O PESO DAS PALAVRAS E O CHOQUE DAS IMAGENS: mapeamento histórico das características editoriais de Paris Match**, de Eliza Bachega Casadei se apresenta a revista francesa *Paris Match* como uma influência decisiva na modulação dos projetos editoriais de muitas revistas brasileiras importantes, como *O Cruzeiro* e *Manchete*. A autora realiza um mapeamento histórico dos aspectos editoriais de *Paris Match*, bem como a forma como eles foram sendo modificados ao longo do tempo.

No artigo **FOLHA DE S. PAULO E O CASO HERZOG RE(A)PRESENTADO: um estudo sobre memória, narrativa e “acontecência”**, André Bonsanto Dias e Marco Roxo apresentam a constante “dilatação” do caso

Herzog no tempo, partindo da matéria publicada pela *Folha de S. Paulo* em 5 de fevereiro de 2012, quando, na ocasião, o jornal procurou revelar a seus leitores o “instante decisivo” e a identidade do fotógrafo Silvaldo Leung Vieira, autor desta imagem símbolo. Nossa intenção é discutir como o acontecimento foi re(a)presentado pelo jornal em um processo de constante “acontecência” em suas narrativas de lembrança e esquecimento.

E, o artigo **A VIOLÊNCIA COMO VALOR-NOTÍCIA NA TELEVISÃO GOIANIENSE: Informação X Audiência** de Ana Carolina Pessoa Rocha Temer e Fernanda Ribeiro de Lima, que apresentam os gêneros jornalísticos como gêneros discursivos e a supervalorização da violência como valor-notícia. O foco das autoras, sob a luz da *Agenda Setting*, é instaurar uma discussão sobre a violência enquanto valor-notícia no jornalismo televisivo moderno e suas consequências para a compreensão do tema entre seus telespectadores.

Na seção de ENSAIOS, o artigo **POEMAS E FOTOGRAFIAS NA BUSCA PELO ETERNO**, de Fábio d’Abadia de Sousa, busca possíveis semelhanças entre a poesia e a fotografia. A partir da obra do modernista Oswald de Andrade, se discute alguns elementos de aproximação entre a visualidade fotográfica e a imagem poética.

Para finalizar nosso número 5, na seção **ENTREVISTAS**, apresentamos uma conversa intitulada **JORNALISTA E ESCRITOR, LEANDRO MARSHALL EXPLICA PORQUE O JORNALISMO ESTÁ CADA VEZ MAIS PARECIDO COM PUBLICIDADE**, realizada por Thaísa Bueno e Jessica Torres. Nessa conversa, as autoras entrevistam Leandro Marshall, doutor em Ciências da Comunicação (PUC/RS), mestre em Teorias da Comunicação (UMESP/SP) e professor universitário em Brasília, onde atua também como analista em Ciência e Tecnologia do Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI).

Nosso quinto número de 2016 está repleto de possibilidades! Mister é lembrar que apenas recentemente houve um despertar acadêmico para a compreensão da história amazônica a partir da perspectiva dos amazônidas. Isso quer dizer que, na direção para a qual aponta esta edição temática da Revista Observatório, tem-se buscado ultrapassar o predomínio das fontes historiográficas contidas em relatórios de viajantes estrangeiros e estudos antropológicos centrados na percepção europeia de mundo para abraçar uma miríade de outras fontes, sobretudo jornais locais, mas também cinema, música, etc. Este esforço indica também a direção de uma historicização da Amazônia levando em conta o papel da natureza e da colonização, da busca pela integração das periferias à capital e da reivindicação contínua das elites locais pela filiação na brasilidade. Os estudos contidos neste dossiê, portanto, vão das periferias ao centro, circulam por Belém e Manaus, mas também por Cuiabá, Imperatriz e Vilhena.

Sem dúvida alguma, os sistemas de comunicação construídos durante o processo civilizatório na Amazônia oferecem uma janela privilegiada para a compreensão da história. O avanço dos homens, das ideias e das mídias anunciam, de forma bastante particular, como foram construídas as sociabilidades e sistemas de trocas simbólicas entre os amazônidas e como foi se gerando uma percepção sobre o que é ser um habitante da Amazônia. A reflexão sobre as transformações dos processos comunicativos, entre os quais está a inserção da imprensa, levando em conta a formação de elites, a resistência de culturas indígenas e a predominância de fontes produzidas por europeus foi o objeto desta edição temática da Revista Observatório. Evidentemente, ela pretende ser uma das tantas iniciativas voltadas para a compreensão histórica da mídia na Amazônia.

Considerando o caráter mutante dessas mídias, seu envolvimento com grupos de poder do topo e de baixo da pirâmide, seu potencial para a construção de identidades e viabilização de políticas na região, este dossiê espera ter ajudado um cadinho na investigação da disseminação de culturas midiáticas e a transformação das identidades amazônicas através de formas variadas de mídia, pavimentando o caminho para uma compreensão histórica mais ampla das transformações na política e na sociedade amazônica. O estudo mais abrangente e integrado da mídia só será possível com a consolidação de redes de pesquisadores de história da mídia em todos os estados do Norte do Brasil. Este número e seu dossiê é um passo. E que sirva de incentivo.

Boa Vista-RR/Belém-PA/Palmas-TO, dezembro de 2016

**Editores adjuntos Convidados / Associate Editors / Editores Associados**

**Luís Francisco Munaro**, Universidade Federal de Roraima (UFRR), Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR)-Norte, Brasil.

**Netília Silva dos Anjos Seixas**, Universidade Federal do Pará, Brasil.

**Editor Geral / Chief Editor / Editor general**

**Francisco Gilson Rebouças Porto Junior**, Universidade Federal do Tocantins (UFT), Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade (PPGCOM-UFT) Brasil.